

SUCINTO (ABSTRACT)

M. en E. Silvio Pérez Gómez

M. en E. Susana Vilchis Camacho

L.A.E Virginia Salazar Díaz

PALABRAS CLAVE: competitividad, educación, globalización, éxito, crecimiento, desarrollo, mejora continua, productividad, benchmarking, excelencia, comunicación, información.

Un país contiene todos los elementos para su crecimiento y desarrollo económicos y está obligado a utilizar su autonomía, soberanía y la dotación natural de sus recursos primero hacia adentro, satisfecho su mercado interno, salir hacia el contexto de las demás naciones para lograr las ventajas comparativas, luego las competitivas y finalmente posicionarse en la mejora continua que le exige la competitividad. Esto necesita asimilar la competitividad, realizar la educación mediante la comunicación y el liderazgo que integra esfuerzos colectivos significativos: dinamizar el desempeño de los centros educativos de México a la par con los países con quienes tenemos relaciones y competimos a la vez.

Ponencia “Competitividad y Educación”

M. en E. Silvio Pérez Gómez

M. en E. Susana Vilchis Camacho

L.A.E Virginia Salazar Díaz

Introducción.

En el contexto de las naciones se considera al profesor Michael Pórtter de la Universidad de Harvard, como el creador original del concepto “competitividad.”

Dentro de un mundo globalizado tal como se ha impuesto por los países desarrollados a las naciones que aún no están dentro del desarrollo económico, social y político, el concepto de competitividad se ha vuelto un asunto de primer orden. Las empresas de estos últimos, se ven sometidas a la creciente globalización y a la presencia de competidores nuevos que cada día realizan esfuerzos por mejorar dentro de un mercado altamente competido: algo así como dentro de una economía de guerra, todos contra todos y que gane quien posee la mejor estrategia. Es evidente que estos últimos siempre estarán en desventaja porque se ven impulsados a soportar tres grandes retos: A) servir una deuda pública cada vez creciente, la que se ha venido liquidando muchas veces; B) soportar la existencia de empresas transnacionales que exigen tratos exclusivos y preferenciales en el contexto de exención de impuestos; y, C) el manejo y condicionamiento del gobierno que solo en apariencia representa los intereses propios de la sociedad a la que se debe y que actúa de manera tácita a favor de intereses oligárquicos extranjeros, fundamentado desde luego en franco apoyo por la oligarquía nacional en cuyas manos está el manejo de las instituciones y de los elementos del poder.

La globalización requiere que quien desee estar en el contexto del éxito, debe estar calificado dentro de estándares aceptados por todos aquellos que existen dentro del mundo globalizado.

1.- La competitividad.

El concepto “competitividad” fue primero de aplicación directamente a la empresa, después a todas las que conforman un mismo sector económico: la industria. Para que la empresa o la industria sean calificadas como competitivas, será cuando suministren bienes y servicios de manera más eficaz o más eficientemente que quienes compiten en el mercado. La competitividad no está limitada solo para competir, porque en si misma implica una serie de procesos de mejora continua y sostenida, de comparación de resultados (benchmarking), algo similar a “si no nos medimos y no nos comparamos, ¿Cómo saber si avanzamos?: esto significa la constante búsqueda de la excelencia. La competitividad inicia en el individuo, si es estudiante, esforzándose por ser el primero de clase, para aprender significativamente; o el trabajador y empleado por ser los más productivos dentro de su ámbito laboral; si empresario por establecer condiciones de socializar equitativamente los beneficios dentro de la empresa entre quienes la integran y fuera con el producto que satisfaga ampliamente el consumo. Pero este concepto debiera extenderse a la nación porque significa el conjunto de esfuerzos que realizan los ciudadanos todos, los líderes, los políticos que, valga la expresión, pastorean a la sociedad hacia horizontes de mayor valía mejorando el entorno, desarrollando la economía y la sociedad misma.

Las ventajas comparativas de una nación son el estímulo para el desarrollo económico; pero es más significativo el crear ventajas competitivas que denotan la capacidad creativa del ser humano, concreto de una nación específica.

Se ha expresado que es fortuita la dotación de recursos naturales. Pues no es tan fortuita, es una gran ventaja de la cual carecen muchos y que esa nación privilegiada debe corresponder hacia adentro y no hacia afuera. Es necesario entender que para crear las ventajas competitivas no es una tarea fácil pues es necesario el efecto de grandes inversiones, de preparar el capital humano para que desarrolle fuertemente cantidad de talento y perseverancia. La competitividad dentro de un país representa la posibilidad de que sus habitantes alcancen un nivel de vida elevado y creciente mediante la productividad.

Como todo ello no sucede en este país, cabe preguntarse si la globalización solo está basada en la absurda teoría del mercado de Adam Smith: (Suarez J.A. 2011, ponencia inédita, cosmos Caixa, Barcelona España) “ las doctrinas positivistas que dominan el quehacer de las ciencias modernas actuales, se nos presentan como una pluralidad de metodologías diversas, dispersas e independientes entre sí que rara y aisladamente comparten modos, métodos y técnicas del conocer científico...en su conjunto rompen con el sentido teleológico orgánico de la acción humana, relativizando los valores morales y éticos haciéndolos depender tan solo de la utilidad mercantil y su absurda teoría del mercado.

2.- Educación

La educación es el eje motor mediante el cual un país realiza el crecimiento y efectúa el desarrollo económico para sus habitantes de manera equitativa.

Sin embargo las naciones que están incursionando dentro de la globalización, por ser estados que todavía no alcanzan los estándares de crecimiento y desarrollo, en su educación existe un divorcio entre esta y el aparato productivo el que con la globalización se hará cada vez más profundo. La agenda educativa de México como nación, desde sexenios atrás ha venido dando la espalda a la necesidad de convertir el sistema educativo en la palanca para el desarrollo que genere la productividad y la eficiencia, cultura que mientras no se genere desde la superestructura hacia las bases, este país vendrá dando tumbo tras tumbo hasta contar con la decadencia en sus propias manos, ya que habrá sido incapaz de entender la reestructura necesaria de su propia educación para vincular el esfuerzo de su capital humano, de la eficiencia y de la productividad, quedando así atrapado en el iii milenio con decisiones que no se tomaron en el siglo xx y el horizonte que tendrá, en vez de desarrollo será el de su propia decadencia.

La educación en México se modifica que no se transforma cada sexenio, sin considerar si el cambio anterior dio o no resultado lesionando generación tras generación de estudiantes la curricula de materias. No se hace distinción entre sistema educativo público y privado puesto que ambos necesitan cambios y mejoras substanciales. Es un mito que el estudiante egresado de colegios privados resulta con mejores conocimientos, aunque es innegable que puede formarse en mejores contextos por el estrato socio-económico en el que se desempeña. De cualquier forma la educación nacional no está dentro de las prioridades de las autoridades ni federales ni estatales.

Tampoco se visualiza ningún cambio educativo en el presente sexenio, ya que el poder ejecutivo se alió con el SNTE en aras de permanecer en el poder sin más interés para la nación que el proyectar a la juventud hacia la impotencia que con el desempleo y la carencia de ingreso, se despertó la inseguridad nacional; ah! pero , entre otras cosas, sirvió para sacar al ejército a las calles y de paso crear una guerra con motivos de ayudar a las familias y a la juventud para que eviten el consumo de estupefacientes, resultado: oídos sordos a la petición nacional de volver el ejército a sus resguardos, incremento en la pobreza y de paso en la miseria, el abandono del campo mexicano y el incremento de la migración. Con un

gobierno de cara hacia intereses oligárquicos, con acciones cuyo objetivo es el fortalecer económica y políticamente a la oligarquía nacional.

Dicha oligarquía nacional, unida con la del exterior la cual ubica en el país a las transnacionales y ambas a su vez unidas con el alto clero eclesiástico, forma el monopolio de poder que ata al grueso de la población para que soporte el peso de un supuesto y aparente desarrollo económico que solo beneficia al grupo en el poder.

No se explica de otro modo el atraso, la pobreza y la miseria nacional sino por el secuestro de instituciones que no se aplican a favorecer a la sociedad nacional.

La educación es política y como tal, no recibe el apoyo necesario para que pueda evidenciar un beneficio general, dada la demanda cada vez más creciente de la sociedad mexicana. Toda comparación molesta, pero es cierto que naciones a las que antaño, en varios aspectos económico sociales superó este país, ahora nos rebasan en grado académico recibiendo de la OCCEDE una calificación de solo 8, lo que señala que sólo tendríamos terminada la educación primaria y escasamente la secundaria. Este detrimento lo sufre la educación por algo más de siete sexenios desde el responsable del movimiento del 68, expediente abierto y pendiente de solución hasta lo que corre de la presente gestión.

3.- Comunicación.

A) Importancia de la comunicación: (el prefijo “co” implica la existencia mínima de dos, quien emite y quien recibe y una materia o contenido que es la materia que se comunica)

- Las organizaciones son sistemas en donde se (debe ¿?) procesa información.
- La información es un procesamiento (trato y análisis) de datos diversos, según objetivos que se pretenda alcanzar. La organización es como un cerebro (Morgan 1986) metáfora que nos sirve para construir el siguiente escenario:
- Captura, filtra y procesa diversa y contrastante información, conforme se aprende o se tiene experiencia para lograr este acervo necesario e indispensable.

- La interpreta, la cambia, la transforma y actúa finalmente sobre ella: según objetivos para todo este proceso, lo que más tarde se denominará información.
- Algo ciertamente importante: también hay pérdida de memoria: por la indiferencia, por la malversación de datos, lo que conducirá a una pésima interpretación.

Los procesos de comunicación, dentro de la investigación, son elementos fuertemente organizacionales, pero también caen dentro del ámbito individual.

.- A nivel individual, vgr: los exámenes de clase. Si no hubiera diferencias individuales en el conocimiento y la interpretación, TODOS darían la misma respuesta a las preguntas. Es evidente que no es así, lo que maestro y alumnos lo saben.

.- El insumo organizacional en este proceso de comunicación proviene de los canales de comunicación estructurados y de la posición que la gente ocupa (¡organigrama!)

Conclusión: “La interpretación de las comunicaciones por los individuos está muy influenciada por sus posiciones organizacionales”

Los factores que afectan el envío, recepción, percepción e interpretación de la comunicación:

- Todas las organizaciones con diversos tamaños, dificultades tecnológicas, diverso grado tecnológico, diferente formación estructural ESTAN DISEÑADAS, no obstante para evolucionar hacia sistemas de manejo de información adecuados y convenientes.
- La comunicación sigue una ruta particular: esto lo evidencia el mismo establecimiento de la estructura organizacional.
- El poder, liderazgo y la toma de decisiones se apoyan en el proceso de comunicación de manera explícita o implícita, ya que los tres carecerían de SIGNIFICADO en ausencia de información.
- Algunos analistas de la organización expresan diversos grados de importancia al proceso de comunicación:
 - .- Para Barnard (1938) la comunicación es central y ésta determina necesariamente la estructura, la extensión y el alcance de la organización.
 - .- Katz y Kahn (1978) las comunicaciones – intercambio de información y la transmisión de significado – es la ausencia misma de un sistema social.
 - .- Otros autores coinciden o discrepan rotundamente, pero es un hecho que:

La comunicación esté en el centro o en la periferia, tiene ésta diferente importancia según en o de donde se observe a la organización.

La comunicación es vital para los administradores en su trabajo dentro de la organización.

La comunicación es la inteligencia (= entender dentro y generar mayor o diferente información) para la organización.

Cuatro son los factores que determinan la importancia de la COMUNICACIÓN, puesto que ésta es VIDA, y ésta última es INTELIGENCIA para la organización:

El grado de conflicto o competencia con el ambiente externo: relacionado con diferente grado respecto del gobierno.

El grado de dependencia respecto del apoyo y unidad internas.

El grado hasta el cual se cree que están racionalizadas las operaciones internas y el ambiente externo, e.d., caracterizado por uniformidades predecibles y por tanto sujetas a una influencia planeada; y afectando a todas ellas.

El tamaño y estructura de la organización, la heterogeneidad de su elemento personal, la diversidad de metas y centralización de su autoridad o de su gobierno.

La comunicación en las organizaciones proporciona información precisa con los matices emocionales (= que motiven al (s) receptor (s), apropiados para todos los elementos que necesita el contenido de la comunicación.

Pero ¿qué es comunicación? Veamos las características del concepto COMUNICACIÓN.

- El prefijo “co” señala mínimo dos elementos: quien emite y quien recibe
- Comunicación no es Información.
- Información es la específica composición, contrastación y presentación de los datos.
- Comunicación es el acto mediante el cual se transmite la información.
- Se requieren tres elementos: EMISOR (quien envía los datos) EL MENSAJE (el contenido y significado de los datos o Información...) y EL RECEPTOR (quien decodifica, transforma y da respuesta actuando...) por tanto se puede definir COMUNICACIÓN como:

Acto complejo por el que se une, una o más unidades de decisión, con un mensaje que necesita ser claro y aprehendido e implementado en un tiempo específico para diferentes objetivos.

No es tan simple la comunicación, ésta se ve afectada, por las diversas características que hay dentro de las organizaciones y que deben estudiarse para ser superadas. A este fenómeno se le denomina: POTENCIALIDAD DE DISTORSION de la comunicación como tal y se le empieza a utilizar como sinónimo de información, lo cual inicia una serie de equívocos por estos dos vocablos y afectan fatalmente a la organización. Quien comunica, al ver la distorsión, se limita sólo a usar más comunicaciones, lo que no resuelve nada, al contrario, el panorama comunicacional se torna cada vez más oscuro y afloran más factores negativos como son el acervo de conceptos siguientes:

Queda claro que el proceso de información (comunicación) es de relaciones. Ya se expresaron sus tres componentes, por tanto el aspecto relacional de las comunicaciones afecta el proceso y estas relaciones comprenden los tres elementos, pero sólo se ven afectados recíprocamente emisor y receptor o viceversa; el mensaje permanece inactivo, no causa ningún efecto, cuando mucho en casos extremos se vuelve obsoleto o inútil). El tiempo y la responsabilidad comienzan a entrar en juego dentro de la comunicación y afectan entonces a la organización. La intimidación es un efecto resultante del poder y conflicto que hay en la organización y tiene un alto potencial de distorsión.

Las organizaciones reúnen más información que la que utilizan, pero también continúan pidiendo más (Feldman y Marcha, 1981). Esto se explica por las necesidades de legitimación de quienes toman las decisiones (entiéndase = justificar el puesto y desempeño); por otro lado dicen Brunsson, 1989 y Manning, 1992, el proceso de comunicación inherentemente (=por esencia) es en sí mismo paradójico y contradictorio: las paradojas y contradicciones conviven en la vida organizacional (por la heterogeneidad de sus miembros: diferencias en status, todo individuo tiene diferentes traumas = complejos, diferentes modos de percepción= temperamentos y caracteres, la sexualidad y otros factores individuales más que entran en juego y distorsionan el proceso de comunicación.

La comunicación jamás será perfecta y no por la justificación de que “todo es perfectible”: veamos algunos problemas: (factores individuales)

.- El proceso de percepción del receptor del mensaje. (Nadie es perfecto ni el emisor ni el receptor: intereses personales, la empatía o antipatía, cómo se percibe a la “otra persona”, las enemistades, lo que dicen los demás; todo ello hace que las transacciones entre individuos afecten la comunicación en las organizaciones.

.- El papel que desempeña el individuo en la organización afecta la forma de envío y la recepción de la información: siempre habrá una posición superior en un extremo y una subordinada en el otro.

.- La estereotipia (= imposición de características negativas). Las características de la persona percibida (=diferente a lo que se pensaba) afectan lo que de ella se percibe. Zalkind y Costello, 1962, citan cuatro conclusiones respecto de los perceptores:

- El conocerse a sí mismo, facilita ver a otros con precisión.
- Las características de uno mismo afectan necesariamente las de los otros.
- La persona con autoestima es más probable que vea aspectos favorables en la otra.
- La precisión para percibir a otras personas, no es una habilidad sencilla.

.- Hay un factor más que afecta las percepciones individuales: las organizaciones están llenas de toda clase de información (=chismes), las personas se encuentran en redes sociales (= grupos, gremios mafias, equipos, etc.) ya sean rumores, etc. = La misma información y los individuos forman lo paradójico en las organizaciones.

B).- FUNCIONES ORGANIZACIONALES

.- Las Organizaciones desarrollan sus propias culturas.

El signo de “propia” se refiere a un lenguaje, rito y estilos de comunicación, ya que ésta socializan para reducir al mínimo los problemas de comunicación. Pero las organizaciones contienen en sí las semillas de los problemas de comunicación a causa de sus componentes verticales y horizontales.

.- La comunicación es ascendente: se basa en la jerarquía y al temor de despido (entrega de renuncias). Esta comunicación por lo general es por el temor y las origina condensadas y bastante resumidas. Estas comunicaciones además ascienden aunque nada descienda (La gravedad aquí no importa).

.- Disfunciones de la jerarquía: los managers prefieren conferencias con el personal staff y no comunicar directamente.

La confianza del superior con el subordinado disminuye el impacto de la jerarquía: la comunicación se inhibe, se busca aprobación superior y no de compañeros. La corrección de errores prácticamente no se dé (nadie critica al superior).

.- La comunicación Horizontal o lateral: es una interrelación entre colegas y entre diferentes subunidades (esta área está poco investigada). Esta comunicación debiera ser la mayor en extensión, pero ha sido hasta hoy un área totalmente descuidada.

.- Redes de: son dos “Patrón de Rueda” todos comunican hacia adentro “Patrón de todos los canales”

Los problemas de comunicación se reducen dentro de la organización no importa si es descendente u horizontal: Omisión y Distorsión. En la Omisión: se eliminan aspectos del mensaje. El receptor pasa lo que entendió y sólo lo que quiere que pase. En la Distorsión se eliminan datos importantes y esenciales por el problema del poder y el conflicto = caos, que siempre hay en las organizaciones.

La comunicación se transforma y se modifica al pasar por el sistema organizacional

4.- Conclusiones.

En los tiempos actuales la competitividad se ha convertido en el recurso más importante para que las empresas puedan tener éxito y sobrevivir en una economía globalizada y altísimos estándares de calidad y estrategias que les permitan enfrentar los tres retos más importantes:

- A) La deuda pública
- B) Las empresas extranjeras que gozan de tratos preferenciales
- C) El favoritismo del gobierno a los intereses oligárquicos

La globalización exige de las empresas un alto grado de calificación de los estándares aceptados por sus competidores.

Competitividad

Una empresa es considerada competitiva si de manera eficaz y eficiente cumple con los objetivos para los que fue creada. La competitividad tiene su origen a nivel personal e individual y se cataloga como la constante búsqueda de la excelencia.

La competitividad de un país representa la posibilidad de que sus habitantes alcancen un nivel de vida elevado y creciente mediante la productividad.

Educación

Es el eje motor mediante el cual el país crece y se desarrolla económicamente de manera equitativa para beneficio de sus habitantes. México no ha alcanzado ese nivel de desarrollo por lo que existe un distanciamiento entre el nivel de educación y la productividad. Desafortunadamente este factor no ha sido prioridad para el gobierno actual y aunado al intercambio de prebendas y concesiones que ha realizado con la autoridad sindical, cualquier intento de elevar el nivel de educación pública ha quedado en intención.

Comunicación

Lejos de ser un proceso de transmisión y recepción de datos entre 2 partes, a nivel organizacional se ha desvirtuado por la influencia de sus posiciones jerárquicas.

La comunicación es vital para el funcionamiento de cualquier estructura organizacional y está determinada por 4 factores:

- Grado de conflicto
- Grado de dependencia
- Grado de racionalización interno y externo

- Tamaño y estructura de la organización

La comunicación dentro de las organizaciones tiene diferentes niveles y sentidos, su flujo permite el desarrollo de las operaciones administrativas y productivas dentro del ciclo de vida diario.

Existen problemas en el proceso de comunicación pero son identificados como omisión y distorsión. La comunicación se transforma conforme fluye por el sistema organizacional.

BIBLIOGRAFÍA

Gobierno del Estado de México, Eje Educación y Cultura, 2010 1ª. Edición.

Loria, Díaz Eduardo, La Competitividad de las Universidades Públicas Mexicanas: una propuesta de evaluación, México 2002.

Martín, Pérez Marisa, El Modelo Educativo del Tecnológico de Monterrey, ITESM, México 2002.

Mercado, Ramírez Ernesto, Productividad: Base de la Competitividad, LIMUSA, México 1998.